

УДК 338.001.36

Т. І. Данилюк,
к. е. н., доцент кафедри економіки та безпеки підприємства,
Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк

ОСОБЛИВОСТІ ТА ВИДИ ПОСЛУГ ЯК ОБ'ЄКТА КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

T. Danyliuk,
Ph.D. in Economics, assistant professor, Department of Economics and Security of Enterprise,
Lesia Ukrainka Eastern European National University, Lutsk

FEATURES AND TYPES OF SERVICES AS AN OBJECT OF COMMERCIAL ACTIVITY

У статті відображено особливості послуг. Розглянуто класифікацію послуг, яка здійснюється залежно від їх специфічних особливостей, виокремлюючи за певними категоріями відповідні групи. Узагальнено відмінні ознаки кожного виду послуг.

The features of services are represented in the article. Classification of services, that comes true depending on their specific features, is considered, distinguishing corresponding groups after certain categories. The excellent signs of every type of services are generalized.

Ключові слова: послуга як об'єкт комерційної діяльності, особливості послуг, класифікація послуг.

Key words: service as object of commercial activity, features of services, classification of services.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Сфера послуг сьогодні є однією із найперспективніших галузей економіки, яка щороку набирає обертів та швидко розвивається. В індустрії послуг діє значна частина комерційного сектора: транспортні компанії, фінансові установи, комп'ютерні, страхові, юридичні, консалтингові фірми, освітні, медичні установи та компанії з торгівлі нерухомістю.

Історично кожний вид послуг у 80-х роках розглядався окремо як особлива сфера діяльності з лише їх властивими особливостями, а вся сфера послуг визначалася як сукупність цих видів діяльності і фактично зводилася до їх переліку. Перехід економіки країни до ринкових методів господарювання спричинив появу нових видів послуг, що посилює конкуренцію між підприємствами сфери послуг. У зв'язку зі швидким розвитком та збільшенням питомої ваги послуг в економіці загострилася

проблема статистичної оцінки діяльності в даній сфері. Україна поступово переходить на міжнародну методологію обліку і статистики "2014 Україна-Євро-Вектор", тому проблема статистичної оцінки сфери послуг є актуальною сьогодні для України. Це зумовило необхідність у визначенні найважливіших характеристик послуг, які відрізняють послугу одну від одної та в узагальненні відмінних ознак кожного виду послуг.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ, В ЯКИХ РОЗГЛЯДАЄТЬСЯ ДАНА ПРОБЛЕМА І НА ЯКІ СПИРАЄТЬСЯ АВТОР

Зростаюча роль ринку послуг у світовій економіці характеризує підвищений інтерес учених-економістів до теоретичних і практичних аспектів щодо особливостей та різновидів послуг як об'єкта комерційної діяльності. В Україні сьогодні існує незначна кількість досліджень та публікацій щодо визначення особливостей та різновидів послуг як об'єкта комер-

Таблиця 1. Порівняння послуг за їх невідчутністю

Матеріальні	Нематеріальні
Ремонт техніки	
Перевезення	
Ресторани	
Лікарні	
Перукарні	
Готелі	
Консультації	
	Освіта

ційної діяльності. Серед українських та закордонних вчених досить вичерпно розкривають проведення наукових досліджень з даних питань такі вчені, як Евдокимова І.М. [2], Жуков С.В. [3], Комаров В.Е. [4], Корягина Т.И. [10], Кочерга А.И. [5], Рутгайзер В.М. [10], Сидорова А.В. [7], Співак Л.С. [8], Стаханов В.Н. [9], Ткаченко Л.В. [12] та інші. З огляду на незначну кількість наукових досліджень можна стверджувати про недостатність приділення уваги важливості ролі послуг в економіці України та узагальненості відмінних ознак кожного виду послуг.

ФОРМУЛЮВАННЯ МЕТИ СТАТТІ

Актуальність і невідкладність вирішення проблем статистичної оцінки сфери послуг при переході на міжнародну методологію обліку і статистики "2014 Україна-Євро-Вектор" окреслити коло цілей щодо обґрунтування необхідності у визначенні найважливіших характеристик послуг та дослідження узагальнених відмінних ознак кожного виду послуг як важливого об'єкта комерційної діяльності.

Основні результати дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

Суттєвою особливістю послуги є економічна цінність, що робить її об'єктом комерційної діяльності. Послугу як об'єкт комерційної діяльності характеризують певні особливості.

У значній мірі послуги не можуть накопичуватись, не підлягають зберіганню, а їх реалізація націлена на вузькообмежені локальні ринки. Особливістю послуг виступає також їх індивідуалістичний характер, що й впливає на цінність та ціну послуг.

Зазначимо, що "послугою" може називатись те, що прийнято, присвоєно споживачем, тобто послуга, як така, з'являється на стадії її споживання, у власності останнього споживача. Тому плата за послугу виступає як вартісна узгодженість з виробником і в той же час, як узгодженість споживача "з самим собою". Інакше кажучи, оцінка результату обслуговування включає здатність сприйняти ту або іншу послугу, отримати корисний ефект.

Послуги мають локальний характер. Тобто процеси надання і споживання послуг відбуваються в одному і тому ж місці (або на невеликій відстані) і часі. Це має велике значення для розвитку регіонів, міст, сіл і т.д. Характер, рівень соціально-економічного розвитку регіону, функції, які виконує регіон у територіальному поділі праці, рівень життя мешканців даного регіону значною мірою визначаються кількістю і видами послуг, які надаються.

Отже, послуги характеризуються такими основними рисами, як:

- нематеріальність (intangibility);
- мають локальний характер;
- індивідуальність;
- безпосередній контакт між продавцем послуг і їх споживачем, тобто збіг місця і часу, надання і споживання послуг;
- компліментарність, тобто послуги є взаємозалежними;
- субституційність, тобто можливість заміни одних послуг іншими;
- ризик отримувача послуги, необхідність довіри до того, хто її надає;
- велика диференціація та індивідуалізація окремих видів послуг.

Найважливішою характеристикою послуг є їх невідчутність, тобто нематеріальний характер. Нематеріальні послуги можна оцінити навіть після їх отримання і при цьому важко підтримувати постійний рівень обслуговування. Порівняння послуг за ступенем їх невідчутності показане в таблиці 1.

До вторинних рис належить неможливість перепродажу послуг.

На практиці сфера послуг є сукупністю багатьох видів діяльності, що в свою чергу породжує велику різноманітність видів послуг: вони можуть надаватися підприємствам чи задовольняти особисті потреби; можуть не потребувати високого рівня кваліфікації виконавця або навпаки; для надання одних послуг необхідні значні капіталовкладення, в той час, як для інших — тільки невеликий початковий капітал.

Традиційно найбільш повний перелік послуг включає: страхування, банківські та інші фінансові операції, будівництво, зв'язок, інформаційно-обчислювальні послуги, операції з найму робочої сили, рекламу, бухгалтерську справу, освіту, консультування з питань управління, юридичні, технічні та інші професійні послуги. Надання послуги може бути, а може і не бути пов'язане з матеріальним продуктом.

У залежності від витрат праці послуги населення поділяються на матеріальні та нематеріальні [1, с. 140].

До матеріальних відносять ті послуги, праця на виробництво яких пов'язана з доведенням матеріальних благ до споживача або відновленням споживчої вартості товарів, які знаходяться в населення житлово-комунальні послуги; послуги з ремонту і виготовлення меблів, одягу, взуття; послуги з ремонту і технічного обслуговування автомобілів, радіо- і телевізійної апаратури; послуги з ремонту взуття і т.д.

До нематеріальних або чистих послуг відносять послуги, які не набувають матеріальної форми, а також ті, праця по виконанню яких не пов'язана з доведенням до споживачів матеріальних благ: послуги, культури, фізкультури, спорту, охорони здоров'я, а також нематеріальні побутові послуги (послуги бань, саун і т.п.) та інші послуги.

З числа матеріально-побутових зі ступеня задоволення потреб пріоритет належить побутовим послугам (близько 60 % нормативу), на другому місці — послуги транспорту (40 %), на третьому — житлово-комунальні (35 %) і, нарешті, на четвертому — послуга зв'язку (небагато чим більше 30 %) [11, с. 19].

Розглядаючи послугу як продукцію, здійснюється її поділ на [11, с. 6]:

- основну послугу;
- допоміжну послугу, від якої неможливо відмовитися;
- підтримуючу послугу (не є необхідною, але допомагає формувати конкурентну перевагу).

У загальному обсязі послуг можна виділити дві частини. Одна частина послуг призначена для виробничого споживання галузями сфер виробництва матеріальних благ та послуг (зв'язок, транспорт, послуги матеріально-технічного забезпечення і т. д.). Друга частина послуг, що виробляються, призначена для кінцевого споживання допоміжними господарствами, тобто для невиробничого споживання [1, с. 140].

У залежності від характеру задоволення сферу послуг можна поділити на дві. Перша

направлена на задоволення соціально-культурних, духовних, інтелектуальних потреб людини, підтримка її нормальної життєдіяльності. Друга охоплює задоволення потреб в матеріально-побутовому обслуговуванні. Тобто перша група послуг створює умови для життєдіяльності людей, а друга група впливає на задоволення духовних потреб і здоров'я населення, створюючи тим самим час для дозвілля [10, с. 90].

На наш погляд, такий поділ послуг є досить вдалим, оскільки задовольняє потреби населення в різних потребах. Така класифікація включає наступні види послуг:

- житлово-комунальні послуги;
- послуги культури, відпочинку та спорту;
- послуги освіти, навчання та дошкільного виховання;
- побутові послуги;
- медичні та санаторно-курортні послуги;
- послуги транспорту;
- послуги зв'язку.

Виходячи з суті трансформаційних процесів в економіці України та враховуючи досвід зарубіжних країн із запровадженням Класифікатора видів економічної діяльності, класифікація послуг здійснюється згідно з трьома найважливішими критеріями [8, с. 53]:

- згідно КВЕД (класифікатора видів економічної діяльності);
- за джерелом оплати послуг;
- за характером споживання та інституційною структурою.

Згідно з КВЕД (класифікатора економічної діяльності) всі послуги необхідно класифікувати за видами економічної діяльності, який стандартизований і уніфікований у відповідну систему, де кожний вид діяльності отримує свій номер і приналежність до секції, а також до відповідного сектору економіки [6, с. 15].

Класифікація видів економічної діяльності України (КВЕД), що гармонізована з Номенклатурою усіх видів економічної діяльності Європейського Союзу (NACE), призначена для створення основи нової державної системи статистики через класифікацію різних статистичних одиниць за видами їх економічної діяльності. Результатом цієї діяльності є продукція у вигляді товарів та послуг, що класифікуються в ДКПП.

ДКПП включає, на відміну від загальносоюзного класифікатора, нові види послуг: послуги з фінансового посередництва, послуги у сфері державного управління і оборони, послуги з нерухомістю, здавання під найм, послуги домашньої прислуги, послуги екстериторіальних організацій та органів [8, с. 57].

Таблиця 2. Класифікація послуг у залежності від спрямування

№ з/п	Основні види послуг	Сфера послуг
1	Відчутні послуги, спрямовані на тіло людини	Охорона здоров'я, кафе, ресторани, пасажирський транспорт, салони краси, перукарні, спортивні заклади та ін.
2	Відчутні послуги, спрямовані на товари та інші фізичні об'єкти	Вантажний транспорт, ремонт і утримання устаткування, охорона, хімчистки, пральні та ін.
3	Невідчутні послуги, спрямовані на свідомість людини	Освіта, навчання, інформаційні послуги, музеї, театри, радіо- і телевізійне віщання та ін.
4	Невідчутні послуги з невідчутними активами	Банки, юридичні і консультаційні послуги та ін.

Очевидно, що можуть бути різні підходи до класифікації послуг. Найзагальніший підхід запропонував Лавлокк [12, с. 18]. Головне в цій класифікації на кого? (на що?) направлені послуги, чи є вони відчутними чи ні. Така класифікація послуг є основою у сфері нематеріального виробництва. Послуги, що надаються в процесі продажу товарів, пов'язані з експлуатацією товару, його ремонтом та передбачають наявність реального об'єкта, мають відчутний характер. Характеристика таких послуг показана в таблиці 2.

В.Д. Маркова класифікує послуги, виходячи з критерію їх відчутності [12, с. 19]. Також В.Д. Маркова виділяє п'ять видів послуг:

- 1) виробничі (обслуговування обладнання, лізинг і т.д.);
- 2) розподільчі (торгівля, транспорт, зв'язок);
- 3) професійні (банки, страхові, фінансові та інші фірми);
- 4) споживчі (масові) послуги (пов'язані з домашнім господарством);
- 5) громадські (телебачення, радіо, культура, освіта).

Нематеріальні послуги (подорож, лікування, стрижка та ін.) можна оцінити тільки після їх отримання. При цьому важко підтримувати постійний рівень обслуговування споживачів, які користуються певною послугою.

В.Е. Комаров поділяє послуги на [4, с. 11]: виробничі та особисті. Він також об'єднує послуги в такі групи [4, с. 16]:

1. Соціально-культурні (охорона здоров'я, культура).

2. Інтелектуальні послуги (наукова діяльність, освіта, мистецтво).

3. Послуги пов'язані з побутовим обслуговуванням населення (житлово-комунальні, побутові, транспорт, зв'язок, відпочинок і туризм).

Перші дві групи задовольняють соціально-культурні та інтелектуальні потреби людини. Вони відіграють досить велике значення в життєдіяльності суспільства, оскільки виконують певні функції в сфері споживання та приймають участь нагромадженні суспільного багатства.

Третя група — це послуги, які задовольняють побутові потреби населення. Тут необхідно відмітити той фактор, що саме в цій групі найбільш повно задовольняються особисті потреби індивіда.

С.В. Жуков об'єднує всі послуги в наступні групи [3, с. 119]:

1. Послуги, які пов'язані з розвитком і удосконаленням людського фактору (освіта, охорона здоров'я, рекреація).

2. Послуги, які завершують або випереджають процес продуктивного виробництва, а також наступне споживання (торгівля, транспорт, зв'язок, фінанси, кредит, банківська діяльність).

3. Послуги держави, які пов'язані з господарським регулюванням і адміністративним контролем.

4. Послуги, які пов'язані з нерухомістю.

Е.Г. Решетнікова подає дві групи послуг [5, с. 80]:

Таблиця 3. Класифікація послуг у залежності від призначення

№ з/п	Види послуг	Різновиди послуг
1	Ділові:	
	а) виробничі	ремонт і обслуговування обладнання, лізинг, факторинг і т.д.
	б) розподільчі	торгівля, транспорт, зв'язок
	в) функціональні	фінансові, банківські, маркетингові, рекламні, страхові і т.д.
2	Соціальні:	освіта, культура, радіо, телебачення, друк і т.д.
3	Особисті:	
	а) споживчі	організація відпочинку, комунальні послуги і т.д.
	б) індивідуальні	медичні, психологічні, туристичні і т.д.

Таблиця 4. Класифікація послуг за певними класифікаційними ознаками

№ з/п	Класифікаційні ознаки	Види послуг
1	Економічна природа	Абсолютні, утилітарні
2	Призначення	Особисті, колективні
3	Сфера розповсюдження	Виробничі, невиробничі
4	Степінь комерції	Комерційні, некомерційні
5	Форма організації	Державні, недержавні
6	Способи виробництва	Чисті, змішані
7	Рівень абстракції	Ідеальні, реальні
8	Легітимність	Легітимні, нелегітимні
9	Екстерналізм	Громадські блага, приватні блага

1. Виробничі послуги:

— послуги, які обслуговують виробництво (матеріально-технічне забезпечення, ремонт обладнання, вантажний транспорт і зв'язок);
 — послуги, які обслуговують населення (комунальні послуги, побутові послуги, торгівля, пасажирський транспорт громадське харчування).

2. Невиробничі послуги:

— особисті послуги;
 — соціальні послуги;
 — освітні послуги;
 — послуги, які покращують побут;
 — послуги, які пов'язані з розвитком фізичних і духовних потреб людини.

Л.В. Ткаченко подає наступну класифікацію послуг (табл. 3) [12, с. 20].

Подібною класифікації дотримується Л.С. Співак поділяючи всі послуги на дві великі групи: особисті послуги — освіта, охорона здоров'я, побутові послуги і т. і. та ділові послуги — послуги матеріальному і нематеріальному виробництву. Що стосується особистих послуг, то це традиційна сфера малого бізнесу, особливо побутові послуги.

Усі ці види послуг важливі компоненти споживчого комплексу, тому від рівня їх розвитку в значній мірі залежить підвищення рівня життя населення. Житлово-комунальні послуги переважно платні, а тому безпосередньо впливають на збалансованість доходів і витрат населення. Поряд із економічними дані послуги виконують і ряд важливих соціальних функцій.

Ділові послуги — це порівняно нова сфера діяльності і саме тут в останній час особливо яскраво проявляються винахідливість і фантазія підприємців. Це обліково-бухгалтерські, допомога в складанні фінансової звітності, в організації виробництва, збуту, підбору і розстановки кадрів, їх навчання, розрахунок податків, поштові відправлення. Існує безліч рекламних агентств і юридичних консультацій, копіювально-друкуєчих бюро і навіть компанії по знищенню документів.

О.І. Кочерга всі послуги, які надаються нині в такі групи [5, с. 4]:

— послуги, які пов'язані з розподілом і обміном (торгівля, кредит, страхування);
 — споживчі послуги (громадське харчування, побутове обслуговування, житлово-комунальне господарство, транспорт, зв'язок);
 — соціально-культурні (охорона здоров'я, фізкультура і спорт, соціальне забезпечення, освіта, культура);
 — послуги по охороні громадського порядку.

І.М. Євдокимова виділяє такі послуги [2, с. 8]:

— послуги для домашніх господарств;
 — послуги для підприємств, установ, організацій усіх галузей народного господарства;
 — послуги для всього суспільства.

В.Н. Стаханов всю класифікацію послуг групує за певними ознаками (табл. 4) [9, с. 7].

А.В. Сидорова класифікує послуги по груповим ознакам [7, с. 13]:

1. За економічним змістом: нематеріальні, матеріальні.
 2. За призначенням: виробничі, невиробничі.

3. За джерелами фінансування:
 — платні, безкоштовні, пільгові;
 — ринкові, неринкові.

4. За видами потреб:
 — культурно-побутові, соціальні;
 — громадські.

5. За характером споживання: особисті (індивідуальні), громадські (колективні).

6. За видами: побутові, транспорт, зв'язок, житлово-комунальні, культура, спорт, охорона здоров'я, туристичні, правові, фінансові.

7. За суб'єктами, які надають послуги: послуги державних установ, послуги підприємств різних форм власності, послуги фізичних осіб.

Звичайно класифікацію послуг можна доповнювати і розвивати. Скажімо, послуги можна класифікувати за ступенем контакту зі споживачем, за ступенем регулювання законодав-

чими та нормативними актами, за трудомісткістю, за сегментами споживачів та за іншими характеристиками.

ВИСНОВКИ, У ТОМУ ЧИСЛІ З НАУКОВОЮ НОВИЗНОЮ, Й ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Таким чином, за результатами дослідження можна зробити наступні висновки:

— суттєвою особливістю послуги є економічна цінність, що робить її об'єктом комерційної діяльності;

— на теоретичному рівні існують найважливіші характеристики послуг;

— класифікація послуг різноманітна, її можна доповнювати і розвивати.

Література:

1. Баранова Л.Я. Потребности, доходы, потребление: Экономический словарь-справочник / Л.Я. Баранова, А.И. Левин. — М.: Экономика, 1988. — 351 с.

2. Евдокимова І.М. Сфера послуг за сучасних умов: аналіз і прогнозування / І.М. Евдокимова. — К.: Науково-дослідний економічний інститут, 1995. — 156 с.

3. Жуков С.В. Развивающиеся страны: сфера услуг и экономический рост / С.В. Жуков. — М.: Наука, 1991. — 200 с.

4. Комаров В. Е. Социально-экономическая эффективность сферы услуг / В.Е. Комаров, В.Д. Улановская. — М.: Наука, 1980. — 126 с.

5. Кочерга А.И. Сфера обслуживания населения: региональные проблемы / Александр Иванович Кочерга. — К.: Наук. думка, 1980. — 424 с.

6. Класифікація видів економічної діяльності [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://kodeksy.com.ua/buh/kved.htm>

7. Сидорова А.В. Экономико-статистические методы в управлении сферой услуг / А.В. Сидорова. — Донецк: ДонНУ, 2002. — 240 с.

8. Співак Л. С. Формування ринку послуг в трансформаційній економіці: дис. ... канд. екон. наук: 08.01.01 / Л.С. Співак. — К., 2002. — 192 с.

9. Стаханов В.Н. Маркетинг сферы услуг: учеб. пособие / В.Н. Стаханов. — М.: Экспертное бюро, 2001. — 160 с.

10. Сфера услуг: новая концепция развития / [Рутгайзер В.М., Корягина Т.И., Арбузова Т.И. и др.]. — М.: Экономика, 1990. — 158 с.

11. Территориальная организация производства товаров и услуг: В 2 т. / Под общ. ред. А.И. Кочерги. — К.: Наукова думка, 1987. — 221 с.

12. Ткаченко Л.В. Маркетинг услуг: учеб. пособ. для студ. экон. спец. / Л.В. Ткаченко. — Д.: ДАУБП, 2000. — 102 с.

References:

1. Baranova, L.Ia. and Levin, A.I. (1988), *Potrebnosti, doxodu, potreblenie: Ekonomicheskii slovar-spravochnik* [Necessities, acuestss, consumption: the Economic reference dictionary-book], *Ekonomika*, Moscow, Russia.

2. Evdokimova, I.M. (1995), *Sfera poslyg za sychasnux umov: analiz i prognozyvanie* [Service business at modern terms: analysis and prognostication], *Research economic institute*, Kyiv, Ukraine.

3. Zhykov, C.V. (1991), *Razvuvaiuchisia stranu: sfera uslyg i ekonomicheskii rost* [Developing figures: service business and economy growing], *Nayka*, Moscow, Russia.

4. Komarov, V. E. and Ylanovskaia, V. D. (1980), *Sotsualno-ekonomicheskaiia effektivnost sferu uslyg* [Socio-economic benefits of the service sector], *Science*, Moscow, Russia.

5. Kocherga, A. I. (1980), *Sfera obslyzhvaniia naseleniia: regionalnie problemu* [The service sector of the population: the regional problems], *Naukova dumka*, Kyiv, Ukraine.

6. Kodeksy.com.ua (2010), "Classification of types of economic activity" available at: <http://kodeksy.com.ua/buh/kved.htm> (Accessed 20 August 2014).

7. Sidorova, A. V. (2002), *Economico-statisticheskie metodu v upravlenii sferoi uslyg* [Economic and statistical methods in the management of the services sector], *DonNY, Donetsk*, Ukraine.

8. Spivak, L. S. (2002), "Forming of market of services is in a transformation economy", *Abstract of Ph.D. dissertation*, *Global economy*, Kyiv national economic university, Kyiv, Ukraine.

9. Staxanov, V. N. (2001), *Marketing sferu uslyg* [Marketing of service business]. *Expert bureau*, Moscow, Russia.

10. Rytgaiuzer, V.M. Koriagina, T.I. and Arbyzova, T.I. (1990), *Sfera uslyg: novaia kontseptsiia razvitiia* [Service business: new conception of development], *Ekonomika*, Moscow, Russia.

11. Kocherga, A. I. (1987), *Terutorialnaia organizatsiia proizvodstva tovarov i uslyg* [Territorial organization of producing goods and services], *Naukova dymka*, Kyiv, Ukraine.

12. Tkachenko, L. V. (2000), *Marketing uslyg* [Marketing of services], *DAYBP, Dnipropetrovsk*, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 20.08.2014 р.